

L'arte del bere consapevole: il nuovo volto del consumo di vino in Italia

scritto da Sara Migliorini | 28 Giugno 2023



Un **comportamento virtuoso** sta emergendo tra i consumatori italiani di bevande alcoliche, secondo i dati presentati da **Bruna Boroni (Direttrice Industry Away From Home di TRADELAB)** durante l'**Assemblea Generale 2023 di Federvini** tenutasi presso le prestigiose Scuderie di Palazzo Altieri a Roma. Questi dati offrono uno sguardo approfondito sullo stile di consumo degli italiani, evidenziando alcune tendenze significative.

Consumo limitato di bevande

alcoliche

Il dato più significativo emerso dal report riguarda la **notevole moderazione nel consumo di bevande alcoliche da parte degli italiani, con il 90% degli intervistati che dichiara di impegnarsi per un uso responsabile e limitato di vino e spirit.** Un'analisi approfondita ha inoltre rivelato che questa abitudine varia maggiormente tra due gruppi demografici: i consumatori della Generazione Z (18-24 anni) e i Millennial (25-34 anni). Il 90% dei più giovani afferma di consumare alcol in modo estremamente moderato o limitato, rispetto all'84% dei Millennial. Inoltre, solo il 10% dei giovani tra i 18 e i 24 anni ammette di eccedere occasionalmente nel consumo di bevande alcoliche, rispetto al 19% dei Millennial.

Consumo di alcolici abbinato al cibo

Un altro elemento di rilievo riguarda il **consumo di vino e distillati in abbinamento con il cibo tra gli italiani.** L'80% degli intervistati dichiara di preferire (sempre o quasi sempre) il consumo di bevande alcoliche in abbinamento ai pasti. È interessante notare che solo il 25% dei giovani tra i 18 e i 24 anni afferma di abbinare vino e spirit "solo qualche volta" al cibo, rispetto al 22% dei Millennial e a percentuali simili nelle fasce d'età successive (22% nei consumatori fra 35-54 anni e 20% fra i 55-74 anni).

Consapevolezza degli effetti dell'alcol e attenzione alla salute

Un dato incoraggiante è la **consapevolezza degli effetti nocivi dell'alcol sulla salute da parte dei consumatori italiani.** Solo il 3% degli intervistati dichiara di conoscere poco gli effetti dell'eccesso di alcol. Questo indica una crescente

consapevolezza che spiega la scelta di non esagerare nel consumo di bevande alcoliche. Tuttavia, è ancora possibile informare meglio i consumatori sugli effetti negativi dell'alcol, lasciando spazio per un'educazione continua.

Situazioni preferite di consumo

Un altro aspetto distintivo nel consumo di vino e distillati da parte degli italiani è la **preferenza per occasioni conviviali**. I momenti di consumo preferiti risultano essere:

- pranzi e cene con amici e parenti (situazioni di convivialità) per il 52% degli intervistati,
- aperitivi con gli amici (situazioni di socialità) per il 24% degli intervistati;
- dopocena con gli amici (occasioni divertenti) per il 15% degli intervistati;
- momenti di festeggiamento per il 5% degli intervistati;
- consumi in solitudine per il 4%.

Le conseguenze per le aziende

La moderazione, l'abbinamento al cibo e la preferenza per momenti di convivialità sono **tendenze chiave che mostrano un atteggiamento più equilibrato nei confronti del consumo di bevande alcoliche**. Le aziende del settore dovranno adattarsi a questi trend di consumo fornendo opzioni adatte (come prodotti a basso contenuto alcolico), informando i consumatori e promuovendo esperienze di convivialità legate al vino. In particolare, **l'enoturismo si confermerà sempre più come un'attività strategica per le aziende produttrici di vino**. Per mantenere la competitività sul mercato e soddisfare le esigenze dei consumatori, le aziende potrebbero organizzare o intensificare la propria offerta di esperienze ed eventi che favoriscano l'incontro e la condivisione, come degustazioni guidate, tour enogastronomici o eventi sociali legati al mondo

del vino.